

# ANALISIS SENTIMEN DAN EMOSI PADA JUDUL BERITA ONLINE TENTANG IMPOR BBM OLEH SPBU SWASTA MELALUI PERTAMINA DENGAN PENDEKATAN LEXICON NRC EMOLEX

Eka Syahrul Afrian<sup>1</sup>, Aslam Fatkhudin<sup>2</sup>, Ahmad Khambali<sup>3</sup>  
Fastikom Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan  
Emakil :: [ahmadkhambali68@gmail.com](mailto:ahmadkhambali68@gmail.com)

Diterima : 5 Juni 2026, Direvisi : 17 Juni 2026, Disetujui : 27 Juni 2026

## Abstract

*This study analyzes public sentiment and emotional dynamics related to the issue of "Pertamina Fuel Imports" across 1,429 online news headlines (December 2024 - November 2025). To address the absence of a standard corpus, this research developed a custom Indonesian-language lexicon in the energy domain to identify sentiment more accurately and contextually. The analysis results indicate a dominance of neutral coverage (86.35%), followed by negative (13.37%) and positive (0.28%) sentiment. In emotionally charged news, negative sentiment is highly dominant, with the frequency of emotions ranked as follows: anger (129), disgust (112), sadness (80), and fear (71), in stark contrast to the minimal presence of trust (5). Emotional trends shifted from anger related to issues of institutional integrity in the first half of 2025 to sadness and fear due to the tangible impact of fuel shortages in the second half of 2025. Statistical testing found no significant correlation between news volume and the proportion of negative sentiment ( $r = 0.2081$ ;  $p > 0.05$ ), confirming that public negativity is driven by the substance of the issue rather than the quantity of news coverage. As a practical implication, media outlets are encouraged to adopt solution-oriented journalism. The use of objective diction and data-driven narratives is crucial to reduce speculation, lower fear-related emotions, and rebuild public trust.*

*Keywords: Sentiment Analysis, Emotion Detection, Fuel Imports, Media Journalism, NRC EmoLex*

## Abstrak

*Penelitian ini menganalisis sentimen dan dinamika emosi publik terkait isu "Impor BBM Pertamina" pada 1.429 judul berita media daring (Desember 2024 - November 2025). Untuk mengatasi ketiadaan korpus standar, penelitian ini mengembangkan leksikon kustom Bahasa Indonesia berdomain energi guna mengidentifikasi sentimen secara lebih akurat dan kontekstual. Hasil analisis menunjukkan dominasi pemberitaan Netral (86,35%), diikuti Negatif (13,37%), dan Positif (0,28%). Pada berita bermuatan emosional, sentimen negatif sangat dominan dengan urutan kemunculan emosi seperti Anger (129), Disgust (112), Sadness (80), dan Fear (71), berbanding terbalik dengan sangat minimnya Trust (5). Tren emosi bergeser dari kemarahan terkait isu integritas institusi pada paruh pertama 2025, menjadi kesedihan dan ketakutan akibat dampak nyata kelangkaan fisik BBM pada paruh kedua 2025. Uji statistik tidak menemukan korelasi signifikan antara volume berita dan proporsi sentimen negatif ( $r = -0,2081$ ;  $p > 0,05$ ), menegaskan bahwa negativitas publik dipicu oleh substansi isu, bukan kuantitas pemberitaan. Sebagai implikasi praktis, media diimbau menerapkan solution-oriented journalism. Pemilihan diksi obyektif dan penyajian narasi*

*berbasis data sangat krusial untuk meredam spekulasi, menurunkan emosi fear, serta membangun Kembali trust publik.*

*Kata Kunci: Analisis Sentimen, Deteksi Emosi, Impor BBM, Jurnalisme Media, NRC EmoLex*

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Strategis

Distribusi BBM di Indonesia merupakan salah satu sistem logistik paling kompleks di dunia. Sebagai BUMN yang memegang mandat konstitusional dalam pengelolaan energi, PT Pertamina menjadi titik sentral dalam ekosistem ini (Arioputro et al., 2024; Bany, 2022). Kebijakan yang mewajibkan SPBU swasta mengimpor BBM melalui Pertamina menciptakan dinamika ketergantungan yang signifikan. Gangguan kecil pada operasional Pertamina berdampak langsung pada stabilitas pasokan di sektor swasta, yang seringkali memicu reaksi berantai di media massa (Bany, 2022; Subarkah et al., 2024).

Di era digital, 79% masyarakat Indonesia mencari berita melalui media online (Wijaya et al., 2025). Judul berita (headline) berfungsi sebagai pintu gerbang persepsi publik. Framing yang digunakan dalam judul berita dapat mengarahkan opini masyarakat secara masif melalui mekanisme *agenda setting* (Wafa, 2025). Oleh karena itu, memahami sentimen dan emosi di balik judul-judul berita tersebut menjadi krusial untuk manajemen krisis dan komunikasi kebijakan energi nasional.

### 1.2 Rumusan Masalah dan Tujuan

Penelitian ini dirancang untuk menjawab dua pertanyaan utama: (1) Bagaimana pola distribusi sentimen dan emosi pada judul berita mengenai impor BBM menggunakan NRC EmoLex? dan (2) Apakah lonjakan volume pemberitaan berbanding lurus dengan peningkatan sentimen negatif? (Ismandianto et al., 2022).

## TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

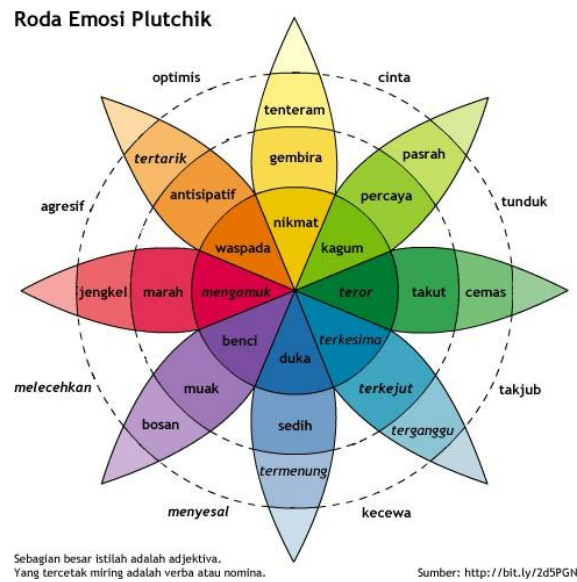
### 1.3 Analisis Sentimen dan Deteksi Emosi

Analisis sentimen adalah cabang dari *Affective Computing* yang bertujuan mengevaluasi keadaan pikiran manusia terhadap isu tertentu. Sementara analisis sentimen tradisional hanya membagi teks ke dalam kategori Positif, Negatif, atau Netral, deteksi emosi melangkah lebih jauh dengan mengidentifikasi nuansa psikologis yang lebih spesifik (Ivan Lanin, 2025).

### 1.4 Model Emosi Plutchik dan NRC EmoLex

Penelitian ini menggunakan model Roda Emosi Plutchik yang mencakup delapan emosi dasar yaitu *Anger*, *Anticipation*, *Disgust*, *Fear*, *Joy*, *Sadness*, *Surprise*, dan *Trust* (Putri

et al., 2025). Leksikon NRC EmoLex dipilih karena komprehensivitasnya dan kemampuannya untuk dipetakan ke dalam bahasa Indonesia (Ismandianto et al., 2022).



Kategori Emosi	Deskripsi dalam Konteks Energi
Anger (Marah)	Muncul saat terjadi kenaikan harga atau skandal korupsi.
Fear (Takut)	Dipicu oleh berita kelangkaan stok fisik BBM di SPBU.
Sadness (Sedih)	Refleksi dampak ekonomi pada masyarakat ekonomi rendah.
Trust (Percaya)	Indikator keberhasilan kebijakan atau transparansi institusi.

## METODOLOGI PENELITIAN

### 1.5 Pengumpulan Data dan Preprocessing

Data dikumpulkan menggunakan library *Pygooglenews* dengan kata kunci "impor bbm" dan "Pertamina". Tahapan preprocessing meliputi pembersihan tag HTML, normalisasi karakter khusus, dan penghapusan data duplikat (Kencana et al., 2022).

### 1.6 Modifikasi Leksikon Domain-Spesifik

Kamus NRC EmoLex asli dimodifikasi dengan menambahkan kata-kata kunci teknis yang relevan dengan krisis energi di Indonesia untuk meningkatkan akurasi klasifikasi (Wijaya et al., 2025).

Kata Kunci	Asosiasi Emosi yang Ditambahkan
Kelangkaan	Fear, Sadness
Korupsi	Anger, Disgust
Panic Buying	Fear, Surprise
Boikot	Anger, Disgust

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1.7 Distribusi Sentimen

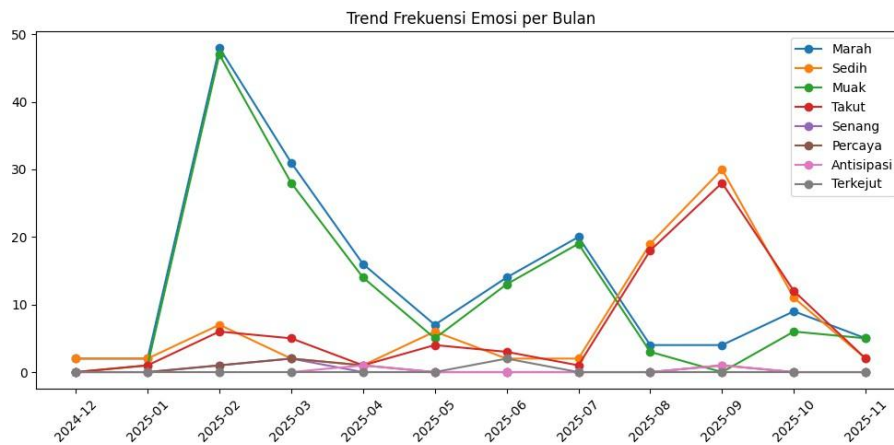
Berdasarkan analisis terhadap 1.570 entri data yang telah dibersihkan, mayoritas pemberitaan bersifat informatif dan objektif (Netral). Namun, terdapat ketimpangan tajam antara sentimen positif dan negatif.

Kategori Sentimen	Jumlah Berita	Persentase (%)
Netral	1336	85,1%
Negatif	230	14,6%
Positif	4	0,3%

### 1.8 Pola Dinamika Emosi

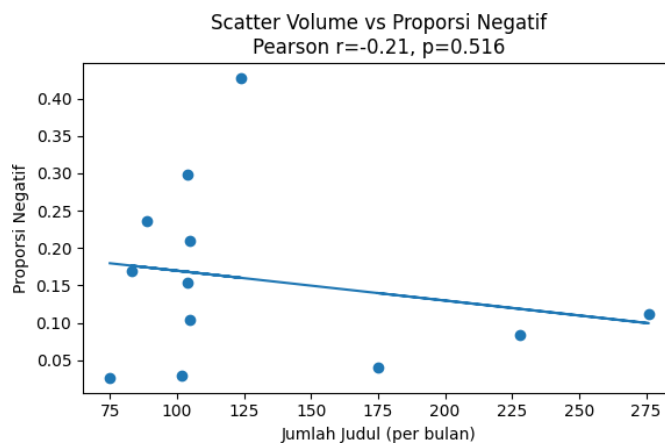
Analisis longitudinal mengungkap pergeseran emosi publik dalam tiga periode kunci sepanjang 2025:

- Januari - Mei 2025: Didominasi oleh *Anger* (129) dan *Disgust* (112). Pemicunya adalah isu-isu etika institusi seperti skandal "Pertamax Oplos" dan dugaan korupsi.
- Mei - Agustus 2025 : Fokus kemarahan mulai bergeser ke arah risiko kebijakan alih impor. Narasi publik mulai menyoroti kegagalan pemenuhan stok dan laporan awal kelangkaan BBM di SPBU swasta (misal: "risiko kebijakan", "gagal penuhi").
- September - November 2025: Terjadi lonjakan volume berita (puncak 276 judul pada September). Emosi bergeser menjadi *Fear* (71) dan *Sadness* (80) karena isu beralih ke dampak nyata bagi kehidupan sehari-hari, seperti antrean panjang dan kelangkaan fisik.



### 1.9 Analisis Korelasi

Salah satu temuan terpenting adalah hasil uji korelasi Pearson. Nilai  $r$  sebesar  $-0,2081$  dengan  $p\text{-value}$   $0,5164$  ( $> 0,05$ ) membuktikan bahwa tidak ada hubungan linear antara seberapa banyak berita yang diterbitkan dengan seberapa negatif nada pemberitaan tersebut. Hal ini mematahkan asumsi bahwa intensitas liputan secara otomatis meningkatkan kemarahan publik; sebaliknya, substansi dan kualitas isu adalah penggerak utama emosi.



## 2. IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

### 2.1 Bagi Institusi (Pertamina)

Sangat rendahnya nilai emosi *Trust* (hanya 5 kemunculan) menunjukkan krisis kepercayaan yang mendalam. Strategi komunikasi harus berfokus pada transparansi data distribusi untuk menekan emosi *Fear* yang muncul akibat ketidakpastian pasokan.

### 2.2 Bagi Media Massa

Media didorong untuk mengadopsi *Solution-Oriented Journalism*. Penggunaan diksi yang terlalu provokatif dalam judul berita mengenai energi dapat memicu kepanikan (*panic buying*), yang justru memperburuk krisis fisik di lapangan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa narasi media mengenai impor BBM didominasi oleh nada netral-faktual, namun memiliki beban emosional negatif yang signifikan. Pergeseran emosi dari kemarahan menjadi ketakutan mencerminkan perubahan kekhawatiran publik dari masalah integritas ke masalah eksistensi pasokan. Ketiadaan korelasi antara volume dan negativitas menegaskan pentingnya pengelolaan substansi isu dalam komunikasi publik.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah berjudul "Analisis Sentimen dan Emosi pada Judul Berita Online tentang Impor BBM oleh SPBU Swasta Melalui Pertamina dengan Pendekatan Lexicon NRC Emolex" ini dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing atas segala arahan, kesabaran, serta ilmu yang telah diberikan selama masa penyusunan karya ilmiah ini di Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan. Ungkapan terima kasih yang tulus juga ditujukan kepada keluarga tercinta, khususnya kedua orang tua, serta rekan-rekan mahasiswa Program Studi Sarjana Informatika yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan dukungan moral yang tak terhingga. Pada akhirnya, penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dan wawasan baru bagi pengembangan ilmu komputer, khususnya terkait *Natural Language Processing* dan analisis sentimen publik pada pemberitaan media.

## DAFTAR REFERENSI

- Arioputro, S., Nugroho, A., Studi, P. S., & Komunikasi, I. (2024). Framing Media Tempo.Co Terhadap Berita Mengenai Pembangunan IKN. *Interaksi Online*, 13(1), 15-34. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/48451>
- Bany, A. K. N. (2022). *Analisis Sentimen Dan Deteksi Emosi Dengan Pendekatan Lexicon Pada Judul Berita Media Online Mengenai Covid-19 Di Indonesia*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/64434>
- Ismandianto, I., Wahidar, T. I., & Devitriana, N. (2022). NILAI BERITA PADA PEMBERITAAN BISNIS PORTAL BERTUAHPOS.COM. *Medium*, 9(2), 136-147. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).7911](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).7911)
- Ivan Lanin. (2025). Roda Emosi Plutchik. In L. Ivan (Ed.), *Wikipedia*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Roda-Emosi-Plutchik.png>
- Kencana, W. H., Situmeang, I. V. O., Meisyanti, Rahmawati, & Nugroho, H. (2022). Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online. *IKRAITH-HUMANIORA*, 6(2), 136-145. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v6i2>
- Putri, A. S., Jannah, E., Vionanda, D., & Syafriandi. (2025). Implementation of Text Mining for Emotion Detection Using The Lexicon Method (Case

- Study: Tweets About Pemilu 2024). *UNP Journal of Statistics and Data Science*, 3(1), 100-107. <https://doi.org/10.24036/ujsds/vol3-iss1/348>
- Subarkah, P., Kusuma, B. A., & Arsi, P. (2024). Sentiment Analysis On Renewable Energy Electric Using Support Vector Machine (Svm) Based Optimization. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 10(2), 252-260. <https://doi.org/10.33480/jitk.v10i2.5575>
- Wafa, I. (2025). *Simak Sumber Utama Publik Indonesia dalam Mencari Berita 2025*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/simak-sumber-utama-publik-indonesia-dalam-mencari-berita-2025-7TOae>
- Wijaya, H., Sutjipto, V. W., Sary, M. P., & Komunikasi, I. (2025). Objektivitas Berita Kompas.com dalam Rubrik "Indeks Terpopuler" dalam Pemberitaan "100 Hari Kerja Prabowo-Gibran." *Sosial Dan Politik*, 2(3), 138-146. <https://doi.org/10.62383/demokrasi.v2i3.1079>